

教育サービスにおける家族内意思決定 —— 子供の進路に関する質的研究 ——

森 藤 ちひろ

要 旨

本稿の目的は、教育サービスにおける家族内意思決定を類型化し、それぞれの類型の特徴を明らかにすることである。筆者は、大学への進学意向のある子供を持つ母親 15 名に対しインタビュー調査を実施した。その結果、子供の進路に対する親の介入と意思決定への影響力から父親主導型、母親主導型、子供尊重型の 3 つの家族内意思決定の類型が抽出された。父親主導型と母親主導型は、子供の進路を方向づけ導くことが親の役割と考えており、親が積極的に情報探索を行っている。子供尊重型は、子供の自立心を育むことを優先し、親は子供の自主的な情報探索と意思決定を支援している。

情報探索では、父親主導型は情報元が信頼でき文章化された情報を重視し、母親主導型は属人的な情報に信頼を置く傾向が見られた。子供尊重型では、親は子供が主体的に情報収集をすることを待ち、子供に支援が必要になったときに対応しようとしていた。

キーワード：家族内意思決定、情報探索、価値意識、役割期待 教育サービス

1. はじめに

1.1 本研究の目的と背景

消費者行動研究では、消費者の購買動機や購買行動を分析し、消費者の購買意思決定を理解しようとする。意思決定とは、複数の選択肢のなかから、1 つ（ないしは複数）の選択肢を選ぶことであり、因果関係を判断し、将来を予測し、価値や好みに基づいて評価するという高度な認知活動である（印南, 2002）。

購買意思決定には、一人で行われる場合と集団で行われる場合がある。その集団が家族¹⁾である場合、その意思決定を本稿では家族内意思決定（Family Decision Making）と呼ぶ。家庭では、家族構成員によって幅広い購買意思決定が行われている。購買される財は、日常的に消費される消耗品などの最寄り品から、購入するとしても一生に 1 回から数回しか購入しない車や不動産、保険など高額な買回り品まで多様である。食料品などの最寄り品であれば、家事を担当する家族構成員の個人的な意思決定によって購入されることがあるかもしれないが、極めて高額で支払期間が長期間にわたる財については、家族内で意見の調整が行われ、家族の総意として購買意思決定がなされる。家庭で購入される財は製品やサービスの違いに応じて主となる使用者が異なり、家族内意思決定のプ

1) 一般に、「血縁関係または婚姻によって結ばれた人々の集合体」を「親族」と呼び、そのような親族の中でも、共住・共食（1 つ屋根の下に住み、一緒に食事をする）、同一生計（1 つの財布で暮らし財産を共有する）ものを「家族」と呼ぶ。（青木ら, 2012 p.87）

ロセスには様々なバリエーションが生じる。

消費者が製品やサービスを選択する時、複数の選択肢の中から、デザインの良し悪しや自分の好みとの一致など複数の視点で評価を行い、意思決定をする。ある対象に対する判断や感情、意図などからなる評価の全体が態度であり（杉本，1997）、態度は消費者行動を説明・予測するうえでの重要な心理的要因として捉えられてきた（池尾ら，2010）。そして、人々の製品やサービス選択の際に「良い」や「好き」という態度の背後にあって、一貫性を作り出しているものが「価値意識（価値観）」である（竹村，2000）。その価値意識が購買意思決定に影響を与えられていると考えられている。

一方、家族とは、自然発生的な特性を持つ小集団で、同一の家庭観を持ち、その生活理念の下で生活を共にし、有機的なつながりを持つ特色があり、家庭経済は家族員の個別会計の合計ではなく、家庭として統一された価値観のもとで行われる経済である（小谷ら，1993）。家庭は、家族の生理的欲求、安全の欲求、所有・愛情の欲求など人間の基本的欲求を満たしながら、家族個々人の成長と発展をはからなければならない、時間、金銭、エネルギーなどの資源を合目的に相互作用させる知的活動である意思決定は、家庭経営の中核である（今井ら，1985）。家族の意思決定には種々の要因がありこれらが相互に関連し合っているが、中でも家族員の価値意識は、家族の意思決定を実現するために極めて重要な役割を果たしている（生野，2010）。家族内意思決定プロセスでは、家族構成員の価値意識が影響し合い、家族という1つの集団の価値意識の形成と共有がなされ、それらが家族内意思決定に影響を与えていると考えられる。

本稿では、教育サービスにおける家族内意思決定を取り扱う。とりわけ子供の進路選択は、子供自身の人生だけでなく、場合によってはその家族構成員全てに関わる重要な意思決定である。そのため、家族構成員の価値意識が極めて明瞭になり、家族に共通した価値意識が生まれる意思決定の局面であると言える。すなわち、子供の進路選択は、個人の価値意識が調整を経て家族の価値意識に統合される恰好の財である。

子供の教育に関する意思決定は、幼少期から様々な場面で始まる。例えば、保育所に通うのか幼稚園に通うのか、どの施設にするのか、あるいは、ピアノやそろばんなどの習い事に通うのか、通うならいつから始めるのかなど子供の成長段階に応じて意思決定すべき場面は多数存在する。中でも、小学校、中学校、高校、大学や大学院、専門学校等の教育機関の選択は、子供を持つどの家庭にも訪れる子供の進路選択に関わる大きな意思決定である。

我が国の場合、子供の教育期間は多くの家庭で義務教育期間の9年間を超える。2010年度の就学前教育の在籍率、義務教育後中等教育（高校など）への進学率、高等教育（大学・短大・専門学校など）への進学率は、それぞれ88.9%と98.3%、81.3%²⁾であった。仮に幼稚園2年間を経て、小学校、中学校、高校、4年制大学へと進学した場合、合計18年間の長期にわたる教育期間がある。その間

2) 文部科学省 教育指標の国際比較 平成24(2012)年版

に子供の教育にかかる費用は、学費³⁾以外にも極めて多岐にわたる。このように長期間にわたる支出を伴い、子供の将来を左右する教育機関の選択は、家庭のライフイベントとして、経済的・心理的に重要な意味を持つ。

子供の教育に関する意思決定は、子供自身の関心や家族の意向、周囲の環境、経済的な問題など様々な要因が複雑に関係する。家族の価値意識と家族内意思決定を理解するには、家族構成員にインタビュー調査を行い、その発言が示唆する内容を発言の文脈に即して理解する必要がある。以上の理由から、本稿では子供の進路選択が各家庭の中でどのように決められているのかをインタビュー調査をもとに考察する。

1.2 問題の所在

消費者の製品・サービスの購買行動は、購買意思決定プロセスという枠組みで捉えられ、①問題認識→②情報探索→③代替案評価→④選択・購買→⑤購買後評価の5段階に分けて議論される。消費者は何かに対して問題を認識し、その問題解決のために情報収集を行い、解決策としていくつかの選択肢を見つけ、その評価を行い、選択・購買し、購買後に再度評価を行い、次の購買意思決定の情報源として用いる。

購買行動を予測する重要な段階として、購買前の②情報探索がある。消費者が行う情報探索は、対象となる財の性質によって深さ、広さが異なる。本稿の研究対象である教育機関の選択のような子供の人生における重大な財の場合、消費者は積極的に情報探索を行う。

情報探索は、消費者が自らの経験や受動的な学習により形成される記憶の中から関連情報を再生する内部探索から始まり、ここでの情報が十分でないときや欠如している場合、内部探索を中断し、自分以外のさまざまな情報源から情報を探索する外部探索に移行する(青木ら, 2012)。教育機関の情報は、消費者自身の持つ内部情報だけでは不十分なため、消費者は、学校や塾、テレビやラジオ、新聞や雑誌・書籍の情報、在校生や卒業生からの情報や口コミなど多種にわたる情報源を活用し、情報探索を行う。

近年のインターネットの普及により、インターネットの情報源としての役割は重要性を増している。平成25年度総務省情報白書によると、平成24年末のインターネット利用者数は9,652万人となり、人口普及率は79.5%になった。13～49歳のインターネット利用率は9割を超え、利用頻度は家庭内外において「6割以上が毎日少なくとも1回」利用しており、インターネットは、消費者にとって非常に身近で利用頻度の高い媒体に成長した。

インターネットは、PC、携帯電話、スマートフォン、タブレット端末、インターネットにつながるテレビやゲーム機など様々な機器からアクセスされている。インターネットは、テレビ、新聞、

3) 文部科学省 教育指標の国際比較 平成24(2012)年版によれば、我が国の学生・生徒一人当たり学校教育費は、就学前教育(3歳以上) 4,711、初等教育 7,491、中等教育 9,092、高等教育 14,890(2008年)(米ドル)であった。

ラジオ、雑誌の既存の4媒体のあり方に大きな影響を与えている(清水, 2013)。このような社会の流れに伴い、企業と同様に教育機関もホームページ⁴⁾を通じて積極的にマーケティング・コミュニケーションを行う傾向が見られる。

教育機関のホームページには、在校生や教職員、卒業生だけでなく、志望校を検討する受験生やその親、地域住民、産学連携を希望する企業などがそれぞれ異なるニーズを持って訪れる。志願者に対象を絞ると、例えば、大学ホームページにおいては、受験者数や倍率などの入試情報を得るだけでなく、受験生が大学のパンフレットなどを自由にダウンロードすることができ、オープンキャンパスや入学願書の申し込み等が行えるようになっている。まさに、インターネットは、志願者にとって入試関連情報を容易に入手できる利便性の高い媒体となっている。また、大学側は公式ホームページから大量の情報発信と双方向のやりとりが可能であり、公式ホームページはますます不可欠なコミュニケーション・チャネルになるだろう。そのため、大学公式ホームページをはじめとするインターネットから得られる情報に対する消費者の態度を把握することは重要である。

本稿は、子供の進路に関する意思決定プロセスの情報探索段階を中心に考察し、質的調査の結果に基づいて家族内意思決定の類型を明らかにすることを目的としている。大学への進学意向のある子供を持つ家庭において、子供の進路に関する家族内意思決定のために誰がどのような情報探索を行い、その情報はどのように評価され、意思決定に影響を与えるのかを調査する。家庭の教育方針や子供への教育に関する親の介入方法から、家族内意思決定の構造と家族構成員の役割、情報探索行動の傾向を検証する。

2. 家族内意思決定のレビュー

消費者行動研究における家族内意思決定に関する研究は、食品や衛生用品などの最寄り品から趣味の商品や高額商品などの買回り品まで多くの製品に関し研究蓄積がある。本章では、家族内意思決定における家族構成員の影響関係と役割の変化に絞って先行研究を概観する。

2.1 家族内意思決定における家族構成員の影響関係

家族でモノやサービスを購買する際、必ずしも家族構成員の意見が一致するとは限らない。1つの選択を決定するまでに家族構成員がどのように影響し合うかという影響関係は、家族内意思決定を理解するうえで重要な視点である。Herbst (1952) では、家族の構造は、家族構成員の相互作用によって、父親主導型 Husband Dominance、母親主導型 Wife Dominance、自律型 Autonomic、協調型 Syncratic Cooperative の4類型に分類されている。Davis et al. (1974) は、夫主導型意思決定(夫主

4) ひとまとまりに公開されているWebページ群のことをウェブサイトという。トップページがウェブサイトの入口となり、ウェブサイトの顔のような役割をする。本稿では、ウェブサイトと同義の言葉として「ホームページ」を用いている。

導型)、妻主導型意思決定(妻主導型)、自律型意思決定(自律型)、協調型意思決定(協調型)で購入される製品・サービスの位置関係を示した。夫主導型では夫が優位に立ち、妻主導型では妻が優位に立ち、意思決定を行う。自律型では、その時々において夫もしくは妻が単独で意思決定を行い、協調型では夫と妻が協同で意思決定をする。分類された製品やサービスの例として、夫主導型は生命保険や車、妻主導型は日用品や食料品、自律型は夫の服やアルコール飲料、協調型は休暇や住宅、子供のおもちゃなどが挙げられた。Hempel (1974) や Munsinger et al. (1975) は、夫主導型意思決定が主流だったそれまでの傾向から協調型の増加に転じていることを示した。

意思決定は必ずしも夫婦間で一致するとは限らない。Spiro (1983) は、夫婦間での意思決定が一致しない場合に互いに影響を与えようとする戦略(専門知識, 正当性, 交渉, 報酬, 感情, 印象操作)は、影響の与え方のタイプで良く用いる戦略が異なることを示した。

ここまで挙げた研究は、夫と妻の二者間での影響関係に着目しているが、Jenkins (1979) は、家族内意思決定の研究が夫婦間を中心に行われ、子供が軽視されていることを指摘し、母親と子供、父親と子供の相互作用を研究することによって子供の影響が明らかになる可能性を示唆した。また、Filiatrault et al. (1980) も、子供の影響が少なかつたとしてもその存在によって意思決定に対する夫と妻の影響関係が変わっていることから、子供の影響力の潜在力を主張している。また、Lackman et al. (1993) も子供の存在の重要性を指摘している。

Blackwell et al. (1990) は、家族構成員の役割として、商品の購入を考え情報を集めることを開始させるゲートキーパー、意思決定に影響を及ぼす影響者、最終的な意思決定権を持つ意思決定者、実際に購入を行う購入者、製品を消費する消費者の5つを提示した。これらの役割を誰が担うのが影響関係を規定すると考えられる。

2.2 家族内意思決定における家族構成員の役割の変化

家族内意思決定における家族構成員の役割の変化を扱った研究としては、Lackman et al. (1993) の妻の果たす役割の変化に関する報告がある。Hopper (1995) も妻の役割変化に触れており、高所得、高学歴の女性が家庭内で金銭に関わる意思決定への影響力を持つことを指摘している。Belch et al. (2002) は、1985年と1999年を比較し、大きな意思決定に関して妻の決定力が増し、夫の決定領域が減少し、夫の役割が構造的に変化していると述べている。Lee et al. (2002) は、家族構成員の相互作用を観察し、父親の影響の低下と母親が影響の上昇には、男女の役割の位置づけと妻の職業的地位が関係しており、職業的地位を持つ女性が強い力を持つとしている。日本でも、女性の社会進出や高学歴化、収入の増加等に伴い、家族内意思決定における女性の役割は変化していると考えられる。

また、Lee et al. (2002) は、家族内意思決定に対する子供の影響力が高まっており、現代的なものの見方をする家庭ではその傾向が強いとしている。日本の家庭においても、家族内意思決定における夫婦間の影響関係は変化し、母親の役割の変化によって子供の意思決定への影響力が変化していることが推測される。

家族構成員の役割とインターネットの関係に関する研究では、Belch et al. (2005) のインターネットが家族内意思決定における重要な情報源としての役割を強めているという報告がある。彼らによれば、子供のインターネットの活用能力が家庭内で認知されるほど子供が家族内意思決定に影響を及ぼし、その影響は意思決定プロセスの初期段階、すなわち情報探索の過程でより顕著であると述べている。Kaur et al. (2013) においても、子供の家族内意思決定に対する強い影響が明らかにされ、その影響にインターネットが関係しており、インターネットは、子供の家族内意思決定への影響を予測する重要な要素であるとしている。

以上を総合すると、家族内意思決定における家族構成員の役割は時代背景によって変化すると示唆される。例えば、女性の社会進出に伴い、家族構成員の役割は変化した。また、情報探索については、インターネットの活用によって情報探索を行う人や情報探索の方法が変わりつつある。さらに、家族構成員の役割は、その家庭の価値意識の影響も受ける。そのため、これらの影響を調査し、現代に即した家族内意思決定を把握することが必要と考えられる。

3. 研究方法

3.1 先行研究に基づいた調査方針

先行研究のレビューから、家族内意思決定を理解するうえで母親（妻）の位置づけが重要であること、家族内意思決定における子供の役割はインターネットの普及と関連があることが示唆された。

近年のデジタル化は、大量の情報を消費者が取得することを可能にし、かつそれを低年齢でも可能にしている。また、少子化が進み、核家族における一人当たりの子供の存在感が高まっており、子供の家族内意思決定への影響が増し、子供の参加が大きな意味を持つようになった。しかし、デジタル化、少子化が進む現代の日本における家族内意思決定の様相は未だ十分に明らかではない。これまでの消費者行動研究における家族内意思決定の構造に関する議論は、夫と妻の二者間の影響関係に着目したものが中心であり、子供を含めた三者間の構造を提示しているものは管見の限りでは見当たらない。よって、本稿では子供を含めた家族内意思決定の構造を探究する。

本稿では、現在の日本家庭における家族内意思決定の実態を把握するために、子供の進路に関する家族内意思決定を経験した、もしくはこれから経験する母親を対象に、質的調査を行う。義務教育ではない高等教育の選択においては、家族内意思決定の多様化が予測されることから、教育機関の選択の中でも特に選択の幅が広い大学に焦点を絞り、調査を行うこととした。

本稿では、大学への進学意向のある子供を持つ母親 15 名に対し、半構造化インタビューを行った。調査内容は、教育方針、家族内意思決定における家族構成員の役割、意思決定に至るまでに行う情報探索行動などである。調査では、特に以下の 2 点に着目した。1 点目は、家族内意思決定の構造の把握である。家庭の教育方針、親と子供の関係性、進路選択に対する親の介入を調査し、家族構成員の影響関係を抽出した。2 点目は、家族内意思決定に至るまでに行う情報探索行動であり、情報探

索において活用する媒体とその情報に対する信頼度を調査した。

3.2 対象者の属性

インタビュー調査は、2013 年 6 月 20 日から 2013 年 7 月 12 日までの期間に実施した。調査は、プライバシーが保護された一室にて、筆者と対象者の 1 対 1 で行われた。インタビューの時間は説明を含め 1 人あたり約 1 時間である。本調査は、面接開始前に調査への参加や中止が自由な意思であることを保障し、研究への理解と同意を得たうえで実施した。対象者 15 名に対し録音の同意を得て、IC レコーダーを用いて調査を行った。複数の子供を持つ母親には、第一子を前提とした回答を依頼した。

対象者の居住地は、東京都・京都府・大阪府・兵庫県のいずれかであり、都市部を中心とした教育機関の選択肢が豊富な地域に住む母親が対象者となっている。第一子の学年は小学校 4 年～高校 2 年、子供の数は 1～3 人である。対象者である母親の年齢は 35～44 才（平均年齢 41.0 ± 2.2 才）、その夫である子供の父親の年齢は 37～60 才（平均年齢 44.7 ± 5.6 才）である。母親の学歴は、高卒 2 名、短大卒 4 名、大学卒 8 名、大学院卒 1 名であり、父親の学歴は大学卒 12 名、大学院卒 3 名である。母親の職業は、パート勤務者 10 人、専業主婦 5 名であり、父親の職業は、会社員 7 名、団体職員 4 名、公務員 2 名、自営業 2 名である（表 1）。

表 1 被調査者の一覧

ID	父の職業	母の職業	学校区分	第一子の学年
A	自営業	パート	公立	小学校高学年
B	団体職員	パート	私立	高校生
C	団体職員	専業主婦	公立	小学校高学年
D	会社員	専業主婦	公立	小学校高学年
E	会社員	パート	公立	高校生
F	会社員	パート	公立	小学校高学年
G	会社員	専業主婦	私立	高校生
H	自営業	専業主婦	公立	小学校高学年
I	公務員	パート	私立	中学生
J	団体職員	パート	公立	小学校高学年
K	団体職員	専業主婦	公立	小学校高学年
L	会社員	パート	公立	中学生
M	公務員	パート	公立	高校生
N	会社員	パート	公立	中学生
O	会社員	パート	私立	高校生

4. 家族内意思決定の構造の違いと特徴

前述した Davis et al., (1974) は、夫と妻の影響度によって意思決定を、夫主導型、妻主導型、自律型、協調型の 4 つに分類しているが、この分類では、例えば子供のおもちゃのような子供が主たる

消費者である商品についても妻と夫の二者間の影響関係の枠組みで説明されている。もちろん、購買者と消費者が異なる場合に購買者の影響力が高くなる場合はある。例えば、Berey et al. (1968) の家族内意思決定における母親と子供の相互作用に着目した研究では、消費者が子供で購入者が母親である最寄り品において消費者でない母親の選好が購買意思決定に影響を与えていることが示されている。しかし、これらの分析では、子供の主体性や意思決定への関与を十分に捉えきれていない。

これまでの先行研究で家族内意思決定における子供の影響の重要性が指摘されており、特に本稿で取り上げる教育サービスなどの財では、子供の存在なしには意思決定を考えることはできない。すなわち、影響関係に関して子供を含めた家族内意思決定を分析できる枠組みが必要である。そこで、本稿では、インタビュー調査から、父親（夫）、母親（妻）、子供の三者間の影響関係の構造を提示する。

4.1 家族内意思決定の類型化

筆者は、インタビュー調査から、家族構成員の影響関係は、父親主導型意思決定（父親主導型 Father-led）、母親主導型意思決定（母親主導型 Mother-led）、子供尊重型意思決定（子供尊重型 Children-respecting）の3つに分類されるという仮説を立てた。この3類型は、一見 Davis et al. (1974) の分類の夫主導型が父親主導型に、妻主導型が母親主導型に置き換わっているだけのように見えるかもしれないが、家族内意思決定を三者間の相互作用として捉えている点、子供が主導権を持つ場合を想定している点、親の役割期待⁵⁾が重視されている点で異なる意味を持っている。また、子供尊重型は、子供が主導権を持って意思決定を行っていくことを親が尊重するパターンであり、Davis et al. (1974) の提示する自律型意思決定と協調型意思決定とは意思決定の構造が異なる。

子供の進路に関する家族内意思決定は、親子関係、家庭の教育方針、親の教育歴、親の子育て経験など様々な要因の影響を受けると考えられるが、構造の分類は、その家庭の価値観の表れである「子供の自主性の尊重」の解釈で可能と考えた。

教育方針に関して、母親らからは共通して「子供の自主性の尊重」を重んじると回答があった。しかし、エピソードを聞くと、自主性の尊重には親の介入の仕方によって2つのパターンがあることが示唆された。1つは、父親もしくは母親が大まかな意思決定を行い、それ以後の意思決定において子供が影響力を発揮するというものである。例えば、「この公園の中で自由に遊びなさい」というような形である。このパターンを父親主導型、母親主導型と命名した。もう1つは、模索段階から子供が意思決定を行い、親はその意思決定を見守るというものである。例えば、「好きな公園に行き、自由に遊びなさい」というような形である。このパターンを子供尊重型と命名した。

父親主導型と母親主導型の親は、進路の方向性を示し子供を導くことが親の役目と考えており、

5) 役割期待とは、他の人が自分に期待するものとして、また自分が他の人から期待する行動として表され、親が子に、夫が妻に期待するように、だれかが、ある地位の人物の行動に対して抱く規範ないし期待であり、その役割期待は家族によってそれぞれ異なる（ポウルチら, 1985）。

積極的に親が情報探索を行い、進路に関する提案を行い導いていく。一方、子供尊重型の親は、子供の自立心を育むことに価値を置き、子供の自主的な情報探索と意思決定を支援する立場を取る。親主導型は、主導権を握るのが父親か母親かによって父親主導型もしくは母親主導型となり、進路の方向づけに親が介入する点は同じだが、父親主導型と母親主導型では、家族構成員の影響関係や情報探索行動は異なる。

表1の15名を3類型に分類すると、A～Eの5名が父親主導型、F～Kの6名が母親主導型、L～Oの4名が子供尊重型と解釈された。これらの類型を導出するにあたって、根拠となるインタビュー内容を以下で説明する。表1のIDは、本文に引用した発言の話者の記号と対応している。

4.1.1 父親主導型意思決定の特徴

ここでは、筆者が父親主導型に分類した家族の特徴を、インタビューにおける母親の発言から明らかにする。

(1) 父親主導型の分類根拠

「教育に関しては母親が中心にしているが、最終の意思決定は父親であり、父親に確認を取る。」(A)
「父親は塾の面談までは来ないが、任せきりではなく、こういうことをさせたいなどは言う。小中高校について具体的に調べるのは母親がして、(父親に)報告する。」(C)
「母親は毎日小言を言い、父親はたまの週末や早く帰ってきたときに雷が落ちるという役割になっている。自分が言ってもあまり聞かないので、やはり締める所は父親に任せている。」(E)

これらの発言からは、普段子供に接する機会が多い母親が、塾の講師との面談などを通じて情報収集を行っているが、父親も子供の進路について何らかの意向を持っており、またその意向を反映させたいという気持ちが強いことが読み取れる。さらに、母親はそのような父親の意向を察する姿勢を見せている。母親がそのような姿勢を取る理由を考えるにあたっては以下のような発言が参考になる。

「父親は受験の経験があるので、母親よりもわかっていると思っており、かつ男同士という点で父親の方が主導かもしれない。母親は見守り、父親と子供の両方の援護射撃をする立場である。」(B)

母親は父親が自らの経験を子供の進路選択の支援に役立てようとする意向を尊重し、父親のサポートにまわり、父親と子供の間で両者の影響関係を円滑に進めようとしている。同様の様子は、先に挙げた(A)、(C)の発言からも読み取ることができる。普段、子供の学校や塾に行くことができない父親に代わって母親が塾や学校から情報を収集し、それを父親に伝えることで父親の意思決定のサポートを行っていることがわかる。

(2) 進路に対する考え方

「現段階では大学までしか考えられていない。自分達は(大学の専攻と)関係のない職業に就いたので、子供には専門的な大学に行ってほしい。」(A)

(A)の子供は調査時点で小学校高学年であり、大学入試までにはまだかなり時間があいている。従って、子供自身が大学まで見据えて進路決定を行うことは難しい。父親主導型は、それを見越して長期的視点で子供の進路を決定したいという意向が見られる。ここでの発言では、大学進学に加え大学卒業後の就職にまで話が及んでいる。このように子供の将来について具体的な発言があるかどうかは後述する母親主導型との相違点であり、父親主導型の典型的な特徴であると考えている。これまでに説明してきたことは、以下の発言に集約されていると言えるだろう。

「父親は毎週のように誘導をしている。自分で決めろと言いながら修正が入る。父親は、自分は子供の希望する道の(生活していく)大変さがわかっているが、子供はわかっていないと言っている。」(B)

どの親も子供の意思を尊重したいと考えているだろうが、一般的に子供の考えは変わりやすく、視野も大人に比べ狭くなりがちである。子供の意向を受け入れその方向へと進ませようとするのか、あるいはここで取り上げた発言のように、親が子供の行く末を案じ良いと思う方向へ軌道修正を図ろうとするのかということが、家族内意思決定の類型を考える際の重要な視点である。このために、子供の進路への介入は、場合によっては義務教育が終わる高校受験よりも早期に、すなわち、小学校や中学校から行われることがある。

「中学受験の際に、その先の大学について意識をする。まだ大学までは考えていないが、女の子でも手に職は持ってほしい。中学校を受験させるのかどうか、どの中学校を選ぶのかは親が見ないといけないと思っている。」(C)

大学については高校に入ってから、就職については就職活動が本格化する時期に考えるという子供は少なくない。しかし、子供に中学受験をさせる親は、中学に併設された高校と高校卒業後の大学入試まで、最低限考慮に入れている。

(3) 進路に関する情報探索

「情報収集は主にインターネットを活用する。最初に公式ホームページを見て、場所や学費などを調べ、卒業生の進路、口コミを見ると思う。」(A)

「口コミなどよりもまずは信頼のおけるものとして公式ホームページを見て、どんな印象かを見る。」(C)

「知り合いがいれば、知人から聞きたい。アナログな本などを活用する傾向にある。高校受験の時は、高校ホームページをよく見た。両親二人とも関西出身ではなく全然学校を知らないので、色々と調べた。」(E)

これらの発言から、父親主導型は、インターネットによる情報探索では公式ホームページを重視していることがわかる。インターネットの情報は玉石混淆であり、情報探索者にとって有益な情報もあれば、発信者が特定できない不確かな情報も含まれている。父親主導型の場合、その情報が何らかの権威によって守られている、いわゆるフォーマルな情報を信頼するという傾向を見ることができる。

「進路に関する情報探索は父親がすると思う。母親もするが、たぶん父親が主体になる。中学受験の時は、父親はもう一回父親が受験するぐらいの勢いだった。塾の面談には以前は母親と子供が行っていたが、母親では甘いということで父親が行くようになった。」(B)

この発言からは、塾の面談などの対面で行われる情報探索にも父親の関与が高いことが読み取れる。父親がそこから得られる情報の信頼性を高く評価している表れと考えられる。これらの情報は、塾や大学といった教育のプロフェッショナルが情報発信者であるという点に注目すると、父親は情報の発信者の信頼度にこだわる傾向があると推察される。

(4) 活用する情報源と入手した情報に対する態度

上で述べたように、父親主導型の場合、情報の発信者に対する信頼が活用する情報源の決め手として重要と考えられる。このことは、インターネットを介した情報探索とそれによって得られた情報への態度からも読み取ることができる。

「公式ホームページは学校の悪い所は言わないので、良い所を知るために見る。良い所を知るという意味では信頼性はあると思う。」(A)

「ホームページはよく見せようという部分もあることを承知でみる。」(D)

公式ホームページというオフィシャルな情報についても、プロモーション的側面を認識し、一定の距離感を持っている。父親主導型の情報に対する態度がよりよくわかるのは、塾や学校に対する場合である。

「まず塾の先生に相談し、受験雑誌を見る。」(B)

「オープンキャンパスに行くと、全く印象が変わる。写真や言葉で知る情報ではなく、生徒さんの実

際の様子や設備の充実を確認することができ、良い面悪い面の両面がある。」(C)

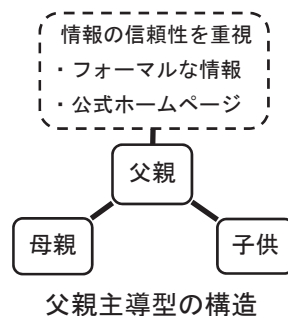
塾や予備校などの人的資源、それらが発信する出版物、オープンキャンパスで見聞きした直接的な情報に対する信頼は厚い。このことは、これまで述べてきたように、父親主導型が情報発信者への信頼を重視するためであると考えられる。それに対して、発信者が特定できないネットの口コミサイトへの評価は総じて低い。

「学校の検索をしていると口コミサイトも出てくるので、塾や学校の口コミはちらっとは見るが、すべてではないだろうと思って読んでいる。」(C)

「口コミサイトはその人の身分がわからない場合もあるので、文章と内容で参考にするか判断する。」(D)

(5) 父親主導型の構造

父親主導型の特徴は、子供の教育に父親の関与が高いこと、就学の早い段階で大学及び大学卒業後の職業まで見据えて意思決定に介入していることが挙げられる。また、父親主導型は、塾や予備校の出版物や公式ホームページ、塾の先生、学校訪問など専門性が高く信頼できる発信元の情報を中心に情報探索が行われていた。



4.1.2 母親主導型意思決定の特徴

ここでは、筆者が母親主導型に分類した家族の特徴を、インタビューにおける母親の発言から明らかにする。

(1) 母親主導型の分類根拠

母親主導型は、子供の進路決定に親が積極的に関わろうとする点では、父親主導型と共通している。よって、その理由として子供よりも長期的な視野に立って進路決定を行おうとしている点も、父親主導型との共通点である。

「私立中学も考えている。受験をする場合、大学がついている所か、中高一貫教育の所に行かすべきかを検討している。」(F)

「勉強勉強と言いたくないので、中学受験をした。中学受験を提案したのは母親で、父親は子供がやってみると言えば協力するという形だった。」(G)

「今やってあげないと後の受験戦争になったら負けと思い、今戦っておこうと思って中学受験をした。最初は子供よりも父親の教育に頑張った。」(I)

「父親は教育について関心はない。今住んでいる地域が教育熱心なので、色々と習い事をさせているが、父親はそんなにさせないといけないかなと思っているようである。」(J)

「父親には母親が子供を潰さないと言われていた。父親は仕事が忙しいこともあり、教育については妻任せで子供とはコミュニケーションのみである。」(H)

これらの母親の発言から、子供の教育に対して自らが積極的に関わっていこうとする姿勢を読み取れる。また、(G) (I) (J) の発言から、受験について父親が消極的であったり、明確な意思を持っていなかったりする場合には、母親は父親も含めた意思統一を図ろうとして行動することがわかる。

「長男には勉強もきちんとしてほしかったので、母として強制的に塾に行きなさいと言った。受験をするかしないかは後から結果としてついてくると考えている。」(H)

「例えば、「〇〇を見て、〇〇をさせて」など毎日メモ書きを置いて父親に子供の管理をしてもらった。自分で決めさせているようにしているが、環境は母親が作っていて支配しているという気がしている。」(I)

これらの発言は、父親主導型の家庭ではあまり見られなかった子供の日常生活への関わり方を示すものであり、特に日常的な子供の勉強への取り組みに対する母親の考え方を表しているものと捉えることができる。このような発言が出てくる背景には、子供との接触時間が相対的に父親よりも母親の方が長いことがあると考えられる。その結果、母親は子供の家庭での学習状況や学習習慣に対して強い関心を持ち、子供に対して継続的な家庭学習の習慣を身に着けるよう指導している。

(2) 進路に対する考え方

母親主導型の母親からは、他の類型ではあまり見られない「レールをひく」という発言が頻出した。筆者は、この「レールをひく」という言葉を1つのキーワードと解釈した。列車の線路（レール）は固定されており、その進行方向を予測することは容易である。このような言葉を用いる母親の真意は、親が最良と思う進路を指し示し、子供を誘導することで思い描く未来像に近づきやすいと考えているところにある。以下で具体例を見ていく。

「どこの時点で何になりたいと思うかわからないので、長男の場合は大学までレールをひいて保険をかけた。」(G)

「あまり大きな期待、負担をかけずに簡単にレールを引いておこうと思っている。自分の子供は手に職をつけるタイプの人ではない気がするので、そのために大学まである私学に入れた。」(I)

「普通に大学まで入ってもらいたい。その大学は、出来れば将来につながる専門の勉強ができて、手に職をつけてくれるといいと思っている。大学を出た方が本人のためにはいいのではないかと思います。」

ている。とりあえず中学まで公立、できれば高校も公立で行きたいと考えている。大学は私立でという気持ちでいる。」(J)

これらの発言からは、父親主導型と同様に大学までの進学を見据えた長期の進路決定を小学校高学年の段階で母親が主導的に行っていることがわかる。しかし、父親主導型と異なるのは、母親主導型ではとりわけ大学までの進路決定に注意が向いており、大学での専攻やその後の職業に関する関心はさほど高くないように見えることである。また、「普通に大学まで入ってもらいたい」など母親の自己の体験に基づく判断が意思決定の方針に影響を与えていることがうかがえる。

「(子供の) 中学受験をするときに(中学に) ついている大学のホームページを見て情報収集した。クラブ活動、就職先などを見た。」(G)

「(子供の) 中学受験の時にかなり大学を意識していたので、(中学に) ついている大学のクラブ活動などを大学公式ホームページで良く見た。」(I)

これらの発言でも大学での学生生活の様子に関心が向かっている様子がうかがえる。このような父親主導型との違いが現れるのは、母親主導型の家庭では母親の意向が「子供の生活」に対する関心の強さから生じているからだと考えられる。母親主導型の進路に対する考え方は、父親主導型とは微妙に異なっていることがわかる。

(3) 進路に関する情報探索

母親主導型では、情報探索にあたって父親主導型よりも積極的にインターネットを活用しているように見受けられる。

「進路に関する情報収集は親がする。何かを調べたい時は最初にインターネットを使う。インターネットが一番情報収集に活用している媒体である。」(F)

「建前は子供に任せるけど、母親が情報収集すると思う。何でもインターネットで調べるので、ほぼインターネットで調べると思う。」(G)

「公式ホームページ、口コミサイトなど様々なインターネットからの情報やオープンキャンパスなど直接の情報も利用する。」(I)

「学校に関する情報収集は、おそらく母親がすると思う。知名度、学費、大学の長所を調べると思う。インターネット、受験雑誌、友人の推奨、知らない人の口コミを参考にする。大学ホームページは受験にも活用するし、知っている大学なら見てみたいと感じる。」(J)

「情報収集は本人に促すが任せられないので、母親もする。まずインターネットで口コミをみる。」(K)

母親主導型では、情報探索の主要な部分を母親が担っており、インターネットは簡便なツールとして認識されている。しかし、一概にホームページから得られる情報が意思決定に大きく影響するとは言えない。例えば、以下のような発言がある。

「中学、高校の情報収集は、インターネットの偏差値一覧サイトなどを見て学校の名前を調べ、その名前を検索してその学校の公式ホームページなどから情報収集する。大学進学の場合は、それに加え、就職先、学部数、予備校からの情報も活用するし、書店で売っている大学情報誌も見る。」(F)

「公式HPは一応開くかもしれないが、さっと見るだけかもしれない。学費や現実的に必要な情報、入試日の確認をする程度で、多くのページを開かないと思う。」(H)

インターネットは、迅速に情報を得ることができ便利な反面、「深い情報」を得るには不向きと考えられているようである。これらの発言からも、そのことが認識された上でインターネットが選ばれていることがわかる。また、母親主導型では、対面接触から得られる情報や知人の推奨、口コミ情報のようなインフォーマルな情報源を活用しているという発言も多く見られた。

「地域が限定されるお稽古事など、狭い社会の中のことは母親が足を運んでみたり、先生と話をしたり資料をもらって調べた。」(F)

「学校説明会に行ったらずねることはするかもしれない。」(G)

「中学受験はオープンキャンパスが決め手だった。」(I)

「口コミサイトも参考にする」(G)

「在校生や卒業生がいれば、直接様子を聞きたい。」(H)

「知人の推奨と知らない人の口コミを比較すると、断然知人の推奨を信頼する。知人が関係者で内情をよく知っておられたら、かなり信用する。」(J)

これらの発言からは、自らも足を運んで情報を得ようとする姿勢と合わせて、対面接触以外では容易には得られない情報（インフォーマルな情報）を得ようとしていることがわかる。父親主導型の場合、インフォーマルな情報の探索よりも塾や学校といった発信元が信用できるフォーマルな情報が好まれていたこととは対照的である。

(4) 活用する情報源と入手した情報に対する態度

前述したとおり、母親主導型ではインターネットが広く活用されているものの、インターネットで得られる情報が、意思決定において決定的な役割を果たしているかと言えば、そうとは言えない。このことは以下の発言からも明らかである。

「大学公式ホームページはものすごく役立ったかといえば、そうでもないかもしれないが、調べた気になれて少し知った気になれる。」(G)

「大学ホームページと実際の大学とはあまり一致しない。」(H)

「普段からインターネットの情報はそれほど信用していないが、大学の公式ホームページ、受験情報サイト、口コミサイトなどインターネットで得られる情報の全部を活用する。どれを信用するかはわからないが、出来る限り見ると思う。」(I)

「大学の情報収集の際に公式ホームページも見るとは思うが、それほど参考になるとは思わない。家族や友達の情報の方が知らない人の口コミよりは正確度は高いと思って優先する。」(K)

インフォーマルな情報が全面的に信頼されるかというとその限りでもないようである。母親主導型では、外部から得られる情報に対する態度が複雑である。情報収集をした後、最終的に自分の信念を貫くような発言が見られた。

「インフォーマルなものは多少信じる。3割程度信じる。」(F)

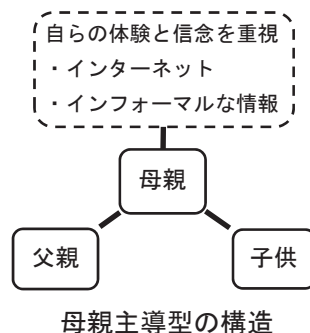
「口コミサイトも参考にはするが、100%信頼することはない。最終的には自分の直感で決める。」(G)

「知人、友人に聞くかもしれないが、自分で行って見て、自分でよしと思えば、他人の評価は気にならない。自分の納得度が高いと信頼度も高い。」(H)

(F)の発言を言葉通り読み取れば、インフォーマルな情報は7割の確率で信頼されないことになる。母親主導型の場合、自らの経験を重視して、ある程度意思決定が固まっている中で、その意思決定を補強するためにインフォーマルな情報も含め入念な情報探索を行っている可能性が示唆される。

(5) 母親主導型の構造

母親主導型は、子供の教育に父親の関与が低いこと、就学の早い段階で大学まで見据えて意思決定に介入していることが挙げられる。しかし、父親主導型と違い、職業に対する関心は薄い。母親主導型は、浅い情報は利便性の高いインターネットで情報探索を行い、深い情報はフォーマルな情報だけでなくインフォーマルな情報も求める傾向が見られた。また、母親主導型は、体験重視型であり、入手する情報に対し懐疑的な態度を示し、最終的に自分の信念や判断に重きを置く傾向が見られた。



4.1.3 子供尊重型意思決定の特徴

ここでは、筆者が子供尊重型に分類した家族の特徴を、インタビューにおける母親の発言から明らかにする。

(1) 子供尊重型の分類根拠

子供尊重型に分類された家庭は、総じて何事も子供自身が意思決定するように促し、場合によってはそのために子供への干渉を少なくすることもある。

「親が線路を引いて走らせるのは簡単かもしれないが、親は先に死ぬ。子供の人生なので自分のことは自分で決めていくというのが我が家の方針。進路や将来の職業もその方針。」(L)

「言いたいことは言い合える、やりたいことをやるというのが良いと考えている。やりたいことを見つけて、楽しんでいってもらえばよい。」(M)、

「幼稚園ぐらいの年齢なら、母親同士の仲が良ければ仲良くなるというように母親主体で動く傾向があるが、我が家はそうではなく、子供自身が気の合う友達を見つけて遊ぶという形である。放任ともとれるが、昔からあまり子供のことを干渉せず、子供に任せる方針である。」(N)

これらの発言からは、子供自身が意思決定を行い、生活全般について子供自身に委ねる部分が多いことがわかる。

「大きなことで聞きたいときに父親に聞くと言う感じである。父親が塾の面談に行くことはまずない。父親は会話に入りたいと思っていて、父親と娘の微妙な時期である。教育については表面的には主に母親が立ち、小中高校は母親が主だったが、大学となると重さが違うので、父親に相談はしていくと思う。」(M)

「父親は、どちらかと言えば教育に関しては妻に任せ、自分の興味がある所は関わる。」(N)

「父親の子供の教育への関与は、それほど口うるさくはないが、宿題をきちんとしていなかったり悪い点数を取ってくると一応注意をしたりする。息子は特に言われるのが嫌なので、(母親は)気を遣いながら接している。」(O)

これらの発言からは、父親と母親が子供の自由度を保ち、子供を尊重しやすい距離を取ろうとしている様子がうかがえる。また、父親と母親が互いの子供との関係を意識していることが読み取れる。

(2) 進路に対する考え方

「もし高卒で何か違うものを見つければそれでいい。子供に決めてほしい。この考えは夫婦で一致している。」(L)

「長女は進路がはっきり見ていないので、模索しており、家族で色々話をしている。」(M)

「今は、普通に4年制大学を出て、そこで何をやりたいかを見つけてくれたらと思っている。大学の選択はまず子供が気に入った所が一番大きい。」(N)

「娘も息子もよほど突拍子もないことを言わない限り、本人が決めることができればよいと思っている。」(O)

これらの発言からは、子供が提示した考えに親がどのように対応していくかが示されている。子供が意思決定を行っている場合はそれを受容し、迷っている場合は支援する姿勢が見られる。

(3) 進路に関する情報探索

「情報収集は、親も子供も両方行方と思う。」(L)

「情報収集は子供が学校や友達から情報を得てくる。なるべく親が行わずに本人にさせて、自分でやらせた上で相談に乗っていきたい。オープンキャンパスに行くと、子供に現実味や親近感、やる気がわくと思う。親御さんがついて行く場合もあるが、我が家は友達と行かせる。」(M)

「学校に関する情報は、まず母親が収集すると思う。やりたいことに対して何も知らないなので、まず突破口を見つけるべく調べる。子供にもPCなどで調べるよう言う。」(N)

「大学の情報収集は自分も関わろうとするが、娘の方がインターネットなど見つけるのが速い。決めたらそれについて読むなどはすると思うが、母親が主体ではないように思う。息子はインターネットで気になったことをすぐに調べて教えてくれる。」(O)

これらの発言からわかることは、子供が情報収集することが望ましいと考えており、子供が情報収集を行うように親が促していることである。母親は子供の情報収集をサポートする姿勢が読み取れる。情報収集の主体はあくまで子供になっているのが特徴的である。

「(子供の望む進路の)卒業生が身近な家族にいたので、家族に聞く。インターネットや大学の冊子や本などから調べたい。インターネットで検索するなら、公式ホームページでいろんなページを見ると思う。」(L)

「入学してからと卒業してからの長い期間の情報が知りたい。卒業後どういう仕事に就きたいかなど先まで見て、それに関係する調べ方をしたい。例えば、卒業生の進路やカリキュラムなども知っておいたら良い内容だと思う。」(M)

「ホームページ、口コミ、先輩のお母さん、塾の先生から情報を得る。口コミは知人の推奨と口コミサイトなどの知らない人の情報の両方を活用する。」(N)

これらの発言では、インターネット、対面接触の情報等幅広い情報源から情報を得ようとしてい

ることがわかる。塾や学校などのフォーマルな情報と共に、知人や卒業生の情報などインフォーマルな情報も必要な情報源として認識されている。これらの行動は、子供が情報探索をした際に網羅しきれない情報を補おうとしているように捉えることもできる。

(4) 活用する情報源と入手した情報に対する態度

「様々な情報は理想が書いてあると思うので、理想と現実のギャップは難しい。人は良く見せようとするが実際はそれだけではないと思うので、実際に見に行った方がいいと思う。ホームページやパンフレットの情報は、「ここをアピールしているんだな」と思って見る。全部は信じないが、あれば有用である。」(M)

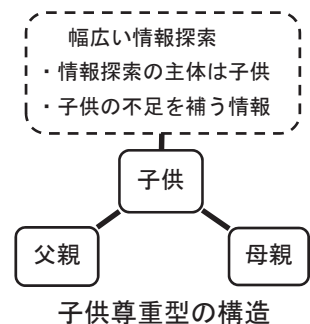
「高校のホームページと実際行ってみた印象とは違うというママ友の話を聞いたので、大学ホームページも見ただけで実際の大学の評価が一致するかはわからない。どちらかと言えば、直接の接点を大事にする。知人や近所の口コミは参考程度である。今は、塾の先生の信頼度が高い。」(N)

「オープンキャンパスの情報をインターネットで知り、便利だと感じた。ただ、実際の大学の評価とホームページの評価が一致するかどうかはわからない。全部信じ切っていくのは、そもそも頼りすぎで間違っていると思っている。行ってみたら、想像とのギャップなど感覚的なことがわかると思う。塾は、具体的に実際行っている方の話を聞けたり、テクニックなどを教えてくれるので役立つと思う。」(O)

これらの発言からは、公式ホームページと実際の大学は異なるという認識を持ち、その上で活用していること、実際に自分の目で確かめることの必要性を感じていることが読み取れる。また、インフォーマルな情報は情報発信者の信頼度によって使い分けていることがうかがえる。

(5) 子供尊重型の構造

子供尊重型の特徴は、子供の意思決定を待ち、父親と母親の関わりはその意思決定を支援するあるいは促すことを目的に行われている。また、情報探索の主体は子供であり、母親が行う情報探索は子供の情報探索の不足部分を補うために、フォーマルな情報からインフォーマルな情報まで幅広い情報探索が行われている。



4.2 全類型に共通した現代の家族内意思決定の特徴

インタビュー結果をもとに家族内意思決定を3つに類型化したが、3類型に共通した現代の子供の教育に関する家族内意思決定に関連する特徴もある。ここでは、その共通点を指摘する。

本稿の被調査者は、相対的に教育熱心な地域に居住する母親であった。その多くが地域における

何らかの活動に関わっており、例えば、PTAの役員や子供の部活動や野球・サッカーのチームなどの複数のコミュニティに属している。母親らは、子供を通じて繋がりを持つ子供の友達の母親を「ママ友」と呼び、自分の友人と明確に区別していた。母親らはママ友と日常の様々な内容に関し情報交換が行っており、ママ友は子供の教育に関する重要な情報収集媒体として認識されていた。習い事の送迎や道での立ち話は、非常に重要な情報交換の場なのである。ただし、ママ友から得られた情報をどのように活用するかは、家族内意思決定のタイプによって異なると推測される。

もう1つの重要な情報収集媒体として、「塾」の存在があった。子供の年齢に関わらず、多くの母親から塾や勉強に関連した習い事の先生からの情報に信頼を置いている発言があった。塾は、先生などによって個別に提供される情報と規格化された公的な情報を母親や父親に提供しており、その専門性の高いサービスは子供の進路に関する意思決定に大きな影響を与えていると考えられる。

5. おわりに

5.1 本研究から得られた知見

本研究では、大学への進学意向のある子供を持つ母親へのインタビュー調査をもとに、教育サービスにおける家族内意思決定を類型化し、父親主導型意思決定、母親主導型意思決定、子供尊重型意思決定の3タイプを導出した。

父親主導型と母親主導型では、大学までを見据えた長期的な進路に関する意思決定が小学校など就学の早い段階に親主導で行われていた。多くの場合は、親から中学受験が提案され、その対策のための塾や習い事などの選択も同時に行われている。

父親主導型と母親主導型の違いは、長期的視野で行われる意思決定において、職業を重視しているか大学を重視しているかの違いと、活用する情報源の違いである。父親主導型の場合は、中学受験の段階で大学と卒業後の職業を考慮した検討がされている。そして、父親主導型が活用する情報源は、学校や塾などプロフェッショナルな組織から得られたオフィシャルな情報を中心としていた。

一方、母親主導型の場合は、中学受験の際には大学に注目しており、その後の職業への関心は薄い。母親主導型は、情報探索が容易なインターネットで表面的な情報収集を行い、深い情報を得るために対面接触でインフォーマルな情報も活用していく。しかし、最終的には自らの体験に基づいた信念に重きを置いている。

子供尊重型は、意思決定と情報探索の主体を子供とし、親は子供の意思決定を促し、支援する。情報探索は子供が行うことを前提とするが、親は子供が及ばない範囲を網羅するために幅広い情報探索を行い、支援の準備を行っていた。

ただし、ここで断っておかなければならないのは、父親主導型、母親主導型、子供尊重型に優劣はなく、いずれもわが子を想う親の愛情に基づいた行動であるということである。親は子供の教育を通じて経験を積み、子供の成長に応じその教育観などを変化させることがある。また、親の第一

子に対する教育の経験が第二子以降の教育に反映され、それぞれの子供によって親の関わりに違いが見られることもあり得る。類型は子供の置かれている状況、性格によって変化しうるものであり、親も経験から学び変化をしており、その結果、その時点でのその家族の価値意識と調和する類型が採用されていると考えられる。

5.2 今後の課題

本稿では、ある一時点における家族内意思決定の現象を捉え分類したが、家族内意思決定の構造は固定的ではなく、子供の年齢や子供の成長に伴って変化していくものと推測される。また、本稿では、母親へのインタビュー調査をもとに構造の導出を行ったが、父親や子供など他の家族構成員への調査が必要である。そして、本稿の調査対象者は専業主婦とパートタイマーの母親であったため、フルタイムの仕事を持つ母親の調査も必要である。

教育サービスにおける意思決定は、子供本人の意思だけでなく、父親や母親の意向や、場合によっては祖父母や兄弟姉妹の影響を受ける。また、家庭環境や経済状況、親の学歴や職業、子供の人数なども影響を与える要因と考えられ、その違いによって家族構成員の役割も異なると考えられる。今後は、家族内意思決定に影響を与える様々な要因の家族構成員の役割との関連を考察していく必要がある。本稿で導出した家族内意思決定の構造は、極めて限られた事例によって導き出されたものに過ぎない。従って、本稿の成果をさらに補強する質的調査を行うと共に、量的調査による実証研究を行ってきたい。

【付記】本稿を作成するにあたり、調査にご協力下さった調査協力者の方々に記してお礼申し上げる。本稿は、平成24年度公益財団法人吉田秀雄記念事業財団助成研究の成果の一部である。本稿の一部は、2014年度第48回消費者行動研究学会コンファレンスにおいて発表した。

参考文献

- Blackwell, Roger D., Paul W. Miniard and James F. Engel (1990), *Consumer Behavior 10th ed.*, Thomson.
- Belch, Michael A. and Laura A. Willis (2002) "Family Decision at the Turn of the Century: Has the Changing Structure of Households Impacted the Family Decision-Making Process?", *Journal of Consumer Behavior*, 2, 2, 111–124.
- Belch, Michael A., Kathleen A. Krentler and Laura A. Willis-Flurry (2005) "Teen Internet Mavens: Influence in Family Decision Making", *Journal of Business Research*, 58, 569–575.
- Berey, Lewis A. and Richard W. Pollay (1968) "The Influencing Role of the Child in Family Decision Making", *Journal of Marketing Research*, 5, 70-72.
- Davis, Harry L. and Benny P. Rigaux (1974), "Perception of Marital Roles in Decision Processes", *Journal of Consumer Research*, 1, 1, 51-62.
- Filiatrault, Pierre and J. R. Brent Ritchie (1980) "Joint Purchasing Decisions: A Comparison of Influence Structure in

Family and Couple Decision-Making Units", *Journal of Consumer Research*, 7, 2, 131-140.

Herbst, P. G (1952) "The Measurement of Family Relationships", *Human Relations*, 5, 3, 3-35.

Hempel, Donald J. (1974) "Family Buying Decisions: A Cross-Cultural Perspective", *Journal of marketing*, 11, 3, 295-302.

Hopper, JoAnne Stilley (1995) "Family Financial Decision Making: Implication for Marketing Strategy", *Journal of Service Marketing*, 9, 1, 24-32.

Jenkins, Roger L. (1979) "The Influence of Children in Family Decision-Making: Parent' Perceptions", *Advances in Consumer Research*, 6, 413-418.

Kaur, Anupriya and Yajulu Medury (2013) "SEM Approach to Teen Influence in Family Decision Making", *Contemporary Management Research*, 9, 3, 323-342.

Lackman, Conway and John M. Lanasa (1993) "Family Decision-Making Theory: An Overview and Assessment", *Psychology & Marketing*, 10, 81-93.

Lee, Christina K. C. and Sharon E. Beatty (2002) "Family Structure and Influence in Family Decision Making", *Journal of Consumer Research*, 19, 24-41.

Munsinger, Gary M., Jean E. Weber and Richard W. Hansen (1975) "Joint Home Purchasing Decisions by Husbands and Wives", *Journal of Consumer Research*, 1, 4, 60-66.

Spiro, Rosann L (1983) "Persuasion in Family Decision-Making", *Journal of Consumer Research*, 9, 393-402.

Wilkes, Robert E. (1975) "Husband-Wife Influence in Purchase Decisions: A Confirmation and Extension", *Journal of Marketing Research*, 12, 2, 224-227.

ポウルチ, B., O. A. ホール, N. W. アキシン (1985) 『家庭の意思決定—生活の質の向上のために—』, 家政教育社.

青木幸弘・新倉貴士・佐々木壮太郎・松下光司 (2012) 『消費者行動論』, 有斐閣.

池尾恭一, 青木幸弘, 南知恵子, 井上哲浩 (2010) 『マーケティング』, 有斐閣.

今井光映, 小国弘司, 今村幸生 (1985) 『現代家庭経営学』, 勁草書房.

印南一路 (2002) 『すぐれた意思決定—判断と選択の心理学』, 中公文庫.

小谷正守, 出石康子 (1993) 『消費経済と生活行動』, ミネルヴァ書房.

清水聰 (2013) 『日本発のマーケティング』, 千倉書房.

生野桂子 (2010) 「家族の意思決定の要因 (2) - 価値意識・家族関係・意思決定法 -」『埼玉学園大学紀要』, 第 24 巻, p.153-162.

杉本徹雄 (1997) 『消費者理解のための心理学』 福村出版.

竹村和久 (2000) 『消費行動の社会心理学』, 北大路書房.

Family Decision Making in Educational Services: Qualitative Research Regarding the Academic and Professional Careers of Children

Chihiro MORITO

ABSTRACT

This paper aims to classify family decision making practices related to the education of children and to clarify the characteristics of each system used. The author interviewed 15 mothers who had children willing to enter university. Based on the degree of parental intervention in their children's academic and professional careers, as well as who most influenced decisions, three categories of family decision making were identified: Father-led, Mother-led, and Children-respecting. In the Father- and Mother-led systems, it was considered to be the parents' role to direct and guide their children's future, and the parents actively searched for relevant information. In contrast, in the Children-respecting system parents gave priority to cultivating a spirit of independence in their children and supported their autonomous decision making and search for information.

In terms of seeking out information, it was observed that Father-led decision making tended to emphasize written information from reliable sources, while the Mother-led system tended to rely on personal information. In Children-respecting decision making, parents waited for their children to start collecting information autonomously and tried to support them when necessary.

